COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 2 avril 2014

Mediametrie

L'audience de l'internet en France en février 2014

Transports et sorties au cœur des préoccupations des internautes franciliens

En février 2014, 8,6 millions de visiteurs uniques habitant en Île-de-France se sont connectés à Internet, soit près d'1 internaute sur 5 (18,7%). Ils sont plus de 4,7 millions à surfer tous les jours sur un ordinateur. Ils y passent en moyenne 1 h 51 min et consultent plus de 100 pages par jour chacun.

Les Franciliens sont particulièrement adeptes des sites de transports, que ce soit pour se déplacer au travail ou en vacances. En effet, ils représentent 27,6% de l'audience de la sous-catégorie « Transport terrestre » contre 18,7% de l'audience de l'ensemble des sites Internet. Une forte affinité notamment portée par les sites Transilien et RATP. Au total, 2,4 millions de Franciliens ont consulté un site de transport terrestre en février 2014. De même, ils représentent une plus grande part de l'audience des sites de « Compagnies aériennes » et « Tourisme / Destinations » : 22,3% soit 3,6 points de plus qu'en moyenne.

Les Franciliens semblent également davantage enclins aux sorties puisqu'ils représentent 24,3% de l'audience des sites d'« Evènements / Manifestations », permettant notamment d'acheter des billets de spectacles, soit 5,6 points de plus que la moyenne.

Top 5 des sous-catégories les plus en affinité avec les internautes franciliens
(dont la couverture sur cible est supérieure ou égale à 5%)

Sous-Catégories	Nombre de visiteurs uniques	Couverture sur cible	Indice d'affinité d'audience	Composition audience
Transport terrestre	2 360 000	27,3%	148	**27,6%**
Evènements / Manifestations	1 708 000	19,8%	130	**24,3%**
Compagnies aériennes	1 303 000	15,1%	119	**22,3%**
Tourisme / Destinations	1 379 000	16,0%	119	**22,3%**
Multi-catégories - Banque / Finance / Assurance	687 000	8,0%	118	**22,1%**

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Février 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	39 905 000
2	Microsoft	35 537 000
3	Facebook	27 515 000
4	Orange	21 496 000
5	Wikimedia Foundation	21 216 000
6	CCM Benchmark Group	20 276 000
7	Solocal Group	19 116 000
8	Groupe Lagardere	18 332 000
9	Vivendi	18 292 000
10	Schibsted	17 689 000
11	Webedia	16 698 000
12	Iliad	16 351 000
13	WEB66	16 281 000
14	Yahoo	16 187 000
15	Amazon	15 900 000
16	PPR	13 422 000
17	auFeminin	12 964 000
18	Groupe Figaro	12 829 000
19	Ebuzzing	12 694 000
20	Prisma Media	11 774 000
21	Groupe TF1	11 640 000
22	M6	11 324 000
23	La Poste	11 270 000
24	Groupe Auchan	11 112 000
25	francetélévisions	11 057 000
26	eBay	10 531 000
27	Apple Computer	10 447 000
28	Groupe Credit Agricole	10 422 000
29	Association VideoLAN	10 363 000
30	Ministere de l Education Nationale	10 185 000
31	Le Monde	9 879 000
32	Gouvernement Francais	9 741 000
33	Groupe Casino	9 651 000
34	Dailymotion	9 330 000
35	InterActiveCorp	9 262 000
36	Next Radio TV	8 507 000
37	Roularta	8 379 000
38	PriceMinister	8 058 000
39	Nouvel Observateur	7 860 000
40	VEVO	7 723 000
41	SNCF France	7 397 000
42	WordPress.com	7 131 000
43	OTTO	6 833 000
44	Carrefour	6 783 000
45	Meteo France	6 700 000
46	SPIR	6 664 000
47	Michelin	6 599 000
48	Adobe	6 369 000
49	Societe Generale	5 936 000
50	Hi-Media	5 868 000

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Février 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Le Top 30 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques	Visiteurs Uniques par mois	Visiteurs Uniques par jour
1	Google	36 581 000	14 813 000
2	YouTube	27 257 000	5 408 000
3	Facebook	27 253 000	8 899 000
4	Microsoft	25 178 000	4 305 000
5	Wikipedia	21 015 000	2 980 000
6	Windows Live	20 517 000	4 265 000
7	Orange - T	19 725 000	6 121 000
8	Leboncoin.fr - TS OJD	17 662 000	3 797 000
9	Yahoo - T	16 187 000	2 955 000
10	PagesJaunes - TS OJD	15 871 000	1 632 000
11	Free	15 666 000	2 354 000
12	Amazon	15 507 000	1 843 000
13	Skype	15 071 000	4 569 000
14	Blogger	11 899 000	1 155 000
15	Linternaute.com - TS	11 311 000	856 000
16	OverBlog	11 269 000	965 000
17	SFR	11 119 000	2 356 000
18	France Televisions - TS OJD	11 057 000	1 078 000
19	Apple	10 447 000	1 264 000
20	Videolan	10 352 000	1 615 000
21	CommentCaMarche - TS	9 846 000	758 000
22	Dailymotion - TS	9 330 000	779 000
23	AlloCine - TS	9 213 000	875 000
24	Le Figaro - TS OJD	9 056 000	908 000
25	Cdiscount	8 995 000	781 000
26	Outlook (Outlook.com)	8 934 000	2 363 000
27	eBay	8 438 000	1 117 000
28	Fnac	8 066 000	617 000
29	Bing	8 059 000	1 074 000
30	auFeminin - TS	8 046 000	597 000

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d'août 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**OJD** sont notifiés d'un « **TS OJD** »

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Février 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Le Top 50 des Sites supports de publicité souscripteurs du service

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	36 581 000	14 813 000
2	YouTube	27 257 000	5 408 000
3	Facebook	27 253 000	8 899 000
4	Windows Live	20 517 000	4 265 000
5	Orange - T	19 725 000	6 121 000
6	Leboncoin.fr - TS OJD	17 662 000	3 797 000
7	Yahoo - T	16 187 000	2 955 000
8	PagesJaunes - TS OJD	15 871 000	1 632 000
9	Skype	15 071 000	4 569 000
10	Linternaute.com - TS	11 311 000	856 000
11	SFR	11 119 000	2 356 000
12	France Televisions - TS OJD	11 057 000	1 078 000
13	CommentCaMarche - TS	9 846 000	758 000
14	Dailymotion - TS	9 330 000	779 000
15	AlloCine - TS	9 213 000	875 000
16	Le Figaro - TS OJD	9 056 000	908 000
17	Cdiscount	8 995 000	781 000
18	Outlook (Outlook.com)	8 934 000	2 363 000
19	Fnac	8 066 000	617 000
20	Bing	8 059 000	1 074 000
21	auFeminin - TS	8 046 000	597 000
22	Marmiton - TS	7 914 000	598 000
23	Le Monde - TS OJD	7 798 000	888 000
24	MSN - T	7 748 000	1 530 000
25	Doctissimo - TS OJD	7 395 000	548 000
26	Le Nouvel Observateur - TS OJD	7 114 000	669 000
27	Meteo France - TS	6 700 000	981 000
28	Le Parisien - TS OJD	6 460 000	617 000
29	Tele Loisirs - TS OJD	6 290 000	990 000
30	01net - TS	6 219 000	402 000
31	Mappy - TS OJD	6 177 000	436 000
32	CanalBlog - TS	6 026 000	465 000
33	ViaMichelin	5 911 000	395 000
34	L Express.fr - TS OJD	5 742 000	413 000
35	CANAL + - T	5 563 000	586 000
36	La Redoute	5 469 000	387 000
37	20minutes.fr - TS OJD	5 429 000	517 000
38	L Equipe - TS OJD	5 220 000	899 000
39	Le Journal des Femmes - TS	5 123 000	315 000
40	LinkedIn	5 105 000	488 000
41	MYTF1 - T	5 034 000	429 000
42	Deezer	4 935 000	425 000
43	Rue du Commerce	4 920 000	318 000
44	Jeuxvideo.com - TS OJD	4 698 000	616 000
45	Voila - T	4 683 000	818 000
46	Viadeo	4 225 000	383 000
47	LePoint - TS OJD	4 162 000	352 000
48	LeGuide.com	4 020 000	219 000
49	Clubic.com - TS	3 972 000	278 000
50	Skyrock - TS	3 867 000	367 000

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Février 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des urls) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mail, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média…
- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings s'appuie sur un échantillon de 22 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Médiamétrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'OJD, de la mesure eStat, et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages…) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Février 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés



A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2012, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,1M€.

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie_TM
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero
Tél : 01 47 58 97 55
losmanian@mediametrie.fr

Adélie Ménager
Tél : 01 71 09 93 18
amenager@mediametrie.fr